

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA WARNET ZOE NET DI SURABAYA**

Skripsi

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada
FISIP UPN “ Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

RIZKY AGUNG PUTRA P

NPM. 0642010053

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL ” VETERAN ” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2010

**JUDUL PENELITIAN : PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
WARNET ZOE NET DI SURABAYA**

NAMA MAHASISWA : RIZKY AGUNG PUTRA P

NPM : 0642010053

JURUSAN : ILMU ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Telah disetujui untuk mengikuti Seminar Proposal

Menyetujui,

Pembimbing utama

Dra. SONJA ANDARINI, M. Si
NIP : 030 223 612

Mengetahui,

Ketua Jurusan

SADJUDI, Drs., SE, M.Si
NIP : 030 134 635

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN PROPOSAL

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA WARNET ZOE NET DI SURABAYA**

Nama Mahasiswa : Rizky Agung Putra P
NPM : 0642010053
Jurusan : ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Utama

Tim Penguji

1.

Dra. Sonja Andarini, M. Si
NIP : 030 223 612

Dra. Siti Ning Farida. M.si
NIP: 030 223 612

2.

Dra. Lia Nirawati M.Si
NPT: 030 223 072

3.

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Drs. Sadjudi, S.E., M.Si
NIP. 030 134 635

Drs. Sadjudi, S.E., M.Si
NIP. 030 134 635

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARNET ZOE NET DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

RIZKY AGUNG PUTRA P
NPM. 0642010053

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing utama

Dra. SONJA ANDARINI, M. Si
NIP : 030 223 612

Mengetahui
DEKAN

Drs. Hj.Ec.Suparwati,M.Si
NIP. 030 175 349

**PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA WARNET ZOE NET DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

RIZKY AGUNG PUTRA P
NPM. 0642010053

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 11 November 2010**

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. SONJA ANDARINI, M.Si
NIP. 196503261993092001

Drs. SADIJUDI, SE. M.Si
NIP. 195202071973101001

2. Sekretaris

Drs. NURHADI, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota

Dra. SONJA ANDARINI, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

Dekan

Ketua Jurusan

Drs. Hj.Ec.SUPARWATI, M.Si
NIP. 195507181983022001

Drs. SADIJUDI, SE. M.Si
NIP. 195202071973101001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warnet Zoe Net Di Surabaya”**.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, S.E., M.Si., selaku ketua Progam studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si., selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Pemilik warnet Zoe Net Di Surabaya.

6. Kedua orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materiil sehingga dapat terselesaikannya laporan skripsi ini.
7. Saudara dan teman – teman yang sudah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, sehingga saran dan kritik sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1.Pemasaran.....	9
2.1.1.1.Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.2.Pemasaran Jasa	10
2.1.1.3.Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.1.1.4.Konsep Pemasaran	12
2.1.2.Jasa	13
2.1.2.1.Pengertian Jasa	13

2.1.2.2.Karkteristik Jasa	14
2.1.2.3.Macam-Macam Jasa	16
2.1.2.4.Sifat-sifat Khusus Pemasaran Jasa	18
2.1.3.Kualitas Layanan Jasa	20
2.1.3.1.Definisi Kualitas Layanan Jasa	20
2.1.3.2.Faktor-faktor Kualitas Layanan Jasa	21
2.1.3.3.Mengelola Kualitas Layanan Jasa.....	22
2.1.4 Perilaku Konsumen	24
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	24
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	24
2.1.4.3. Model Perilaku Konsumen.....	29
2.1.5. Kepuasan Konsumen	30
2.1.5.1.Pengertian Kepuasan Konsumen	30
2.1.5.2.Strategi Kepuasan Konsumen.....	33
2.1.5.3.Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.....	34
2.1.5.4.Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	35
2.1.5.5.Kualitas Layanan Berhubungan Dengan Kepuasan Konsumen	37
2.2.Kerangka Berpikir	38
2.3.Hipotesis	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	40
3.1.1.Definisi operasional.....	40
3.2.Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.2.1.Populasi.....	43
3.2.2.Sampel	43
3.2.3.Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.3.Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.3.1.Jenis Data	45
3.3.2.Sumber Data	46
3.3.3.Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	47
3.4.1.Uji Validitas.....	47
3.4.2.Uji Reliabilitas	47
3.4.3.Uji Asumsi Klasik	47
3.5.Teknik Analisis	50
3.5.1.Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.6.Uji Hipotesis	52
3.6.1.Uji Simultan (Uji F)	52
3.6.2.Uji Parsial (Uji t).....	54

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Perusahaan	56
4.1.1. Lokasi Perusahaan	57
4.1.2. Gambaran Umum Penelitian	57
4.2. Deskripsi Hasil Kuisisioner	58
4.2.1. Diskripsi Identitas Responden.....	58
4.2.2. Analisis Deskripsi Jawaban Responden	61
4.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	68
4.3.1. Uji Validitas.....	68
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	69
4.4. Hasil uji asumsi klasik	69
4.4.1. Uji Normalitas	69
4.4.2. Multikolinieritas	71
4.4.3 Heterokedastisitas.....	72
4.4.4 Uji Autokorelasi	72
4.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi.....	74
4.5.2. Pengujian Hipotesis	75
4.5.2.1. Uji F (Uji Simultan)	75
4.5.2.2. Uji t (Uji Parsial).....	77
4.5.3. Koefisien Korelasi Parsial	80
4.6. Interpretasi	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Warnet Zoe Net per Januari 2009 sampai Februari 2010	5
Tabel 4.1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2. Deskripsi Umur Responden	59
Tabel 4.3. Deskripsi Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.4. Rata-Rata Frekuensi ke Warnet	60
Tabel 4.5. Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Fasilitas (X_1)	61
Tabel 4.6. Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Pelayanan (X_2)	64
Tabel 4.7. Hasil Penilaian Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	66
Tabel 4.8. Uji Validitas	68
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas Model.....	70
Tabel 4.11. Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	71
Tabel 4.12. Nilai Durbin Watson	73
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.14. Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan Uji F	76
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Uji t.....	78
Tabel 4.17. Nilai Koefisien Korelasi Parsial.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Kualitas Jasa	22
Gambar 2.2. Model Perilaku Konsumen.....	29
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1. Daerah Penerimaan dan Penolakan Untuk Uji F.....	54
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan Dan Penolakan	55
Gambar 4.1. Uji Heterokedastisitas	72
Gambar 4.2. Daerah Penerimaan H_1 dan Penolakan H_0 Uji F	77
Gambar 4.3. Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_1	78
Gambar 4.4. Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_2	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Jawaban Responden

Lampiran 3 Distribusi Frekwensi

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Realibilitas

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Regresi

Lampiran 8 Tabel t,F,r, Durbin Watson, Tabel Z

ABSTRAKSI

PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARNET ZOE NET DI SURABAYA

RIZKY AGUNG PUTRA P

Pada abad modern ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat. Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan dan fasilitas – fasilitas yang menunjang. Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa informasi internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi.

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah yang diambil dalam penelitian adalah apakah fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warnet Zoe Net di Surabaya, apakah fasilitas dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warnet Zoe Net di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk 1.) Mengetahui pengaruh secara simultan fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Zoe Net di Surabaya 2.) Mengetahui pengaruh secara parsial fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Zoe Net di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan Jasa warnet Zoe Net. Sampel dalam penelitian ditentukan sebanyak 100 responden dengan frekuensi minimal 1 minggu sekali. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang termasuk ke dalam *non probability sampling*. Jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan kuesioner.

Berdasarkan hasil analisa data disimpulkan bahwa 1.) Secara simultan variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2.) secara parsial variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis dua yang berbunyi “Apakah variabel Fasilitas, dan Pelayanan berpengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen adalah diterima. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel Fasilitas (X_1), Pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar $\alpha=0,05$ atau lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.9847 maka H_0 ditolak; yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial dari variabel Fasilitas, Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Fasilitas, Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada abad modern ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun jasa.

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan dan fasilitas – fasilitas yang menunjang.

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan baru.. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses.

Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah, dan pelayanan yang baik kepada pelanggan dari para pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik.

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayananan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan.

Citra kualitas yang baik tidak berdasarkan atas persepsi penyedia layanan, melainkan berdasarkan atas persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dan perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja.

Dengan semakin meningkatnya tingkat gaya hidup masyarakat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang atau jasa juga semakin meningkat. Salah satu jasa dari teknologi informasi yang banyak dimanfaatkan dan digunakan masyarakat adalah dengan menggunakan sarana internet melalui perusahaan kecil jasa layanan informasi. Dengan mengakses pada salah satu internet seseorang akan dengan mudah memperoleh informasi yang diinginkan.

Warnet yang merupakan salah satu perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang layanan jasa informasi internet merupakan salah satu komponen bagi perkembangan sektor informasi. Sektor informasi ini mempunyai perkembangan yang cukup pesat sekali, yang dapat dilihat semakin maraknya jumlah yang beraneka ragam. Berarti usaha ini sangatlah menjanjikan. Di wilayah surabaya juga telah banyak bermunculan warnet –

warnet yang menandakan bahwa pesaing antar warnet semakin kompetitif sehingga harus lebih berhati – hati dalam menjaga keberadaan warnet.

Pengusaha di bidang warnet juga tidak dapat menghindari persaingan dalam menjaga minat konsumen untuk tetap menggunakan jasanya. Menghadapi situasi tersebut, maka seorang pengusaha warnet harus dapat mengelola kegiatan pemasaran dengan lebih baik secara terus – menerus dan berusaha meningkatkan keuntungan yang optimal. Untuk dapat mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah bagi suatu perusahaan, sebab dibutuhkan perhatian khusus dan juga pengetahuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mendukung dan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran.

Sebagai perusahaan jasa, untuk dapat menciptakan nilai lebih pada konsumen maka perlu diperhatikan faktor – faktor kualitas layanan jasa yang diberikan kepada konsumen seperti kualitas layanan yang berkaitan pada segala sesuatu yang tampak nyata (peralatan dan teknologi, kebersihan dan kenyamanan ruangan, sarana parkir yang memadai, perlengkapan yang digunakan mudah di operasikan), kualitas layanan yang berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan segera dan memuaskan konsumen (kecepatan dalam pelayanan, kecepatan dalam mengakses aplikasi komputer), kualitas layanan yang berkaitan dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin (kesediaan karyawan dalam membantu konsumen, ketangapan karyawan), layanan yang berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan santunan karyawan serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan (perasaan aman, pengetahuan produk, tingkat kejujuran, sikap dalam melayani konsumen), kualitas layanan yang

berkaitan dengan kepedulian, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan kepada para konsumen (pelayanan yang adil, hubungan antar konsumen dengan karyawan, memberikan kebutuhan konsumen). Pada saat ini, konsumen dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi jasa mempunyai banyak pertimbangan – pertimbangan seperti fasilitas dan pelayanan yang ada pada warnet tersebut. Hal ini penting sekali untuk dilakukan mengingat bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang apabila kinerja dari jasa tersebut mampu memberikan sesuai dengan harapan mereka. Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau akan merekomendasikan kepada calon konsumen lain hal – hal yang buruk terhadap warnet tersebut sehingga dampaknya akan sangat merugikan warnet tersebut.

Warnet Zoe Net berlokasi di Jl. Medoka Ayu 1A/18 Surabaya. Lokasi warnet Zoe Net sangat strategis dekat dengan Universitas Pembangunan Nasioanal (UPN). Jam kerja warnet Zoe Net 24 jam non stop. Sedangkan konsumen pada warnet Zoe Net sendiri adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (UPN), siswa / siswi Sekolah – Sekolah Menengah di sekitar lokasi warnet Zoe Net tersebut, yang melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet Zoe Net selama periode penelitian.

Warnet Zoe Net mengalami kenaikan dan penurunan jumlah konsumen setiap bulannya. Berikut ini adalah data jumlah konsumen pada warnet Zoe Net setiap bulannya, mulai Januari 2009 sampai dengan Februari 2010.

Tabel 1.1**Data Jumlah Konsumen Warnet Zoe Net per Januari 2009 sampai Februari 2010**

Januari 2009	368
Februari 2009	405
Maret 2009	288
April 2009	397
Mei 2009	355
Juni 2009	384
Juli 2009	417
Agustus 2009	208
September 2009	293
Oktober 2009	268
November 2009	365
Desember 2009	329
Januari 2010	197
Februari 2010	106

Sumber, warnet Zoe Net 2010

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen pada warnet Zoe Net setiap bulanya fluktuatif, dan memiliki kecenderungan turun. Fenomena ini perlu diwaspadai oleh warnet Zoe Net karena dengan jumlah konsumen yang fluktuatif akan memberikan pengaruh yang merugikan bagi perusahaan warnet Zoe Net. Oleh karena itu untuk mengatasi fenomena tersebut maka pihak warnet Zoe Net sebaiknya, memperhatikan Kinerja (*performance*), Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*),

Keadaan (*reliability*), Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), Daya tahan (*durability*), *Serviceability*, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) antara lain dengan memberikan pelayanan dan fasilitas yang optimal, supaya konsumen yang menikmati jasa warnet Zoe Net akan kembali melakukan atau memakai kembali jasa yang telah diberikan.

Kepuasan konsumen juga merupakan hal terpenting untuk diteliti, karena hal ini merupakan salah satu alasan konsumen untuk melakukan pembelian ulang jasa internet pada warnet Zoe Net.

Apabila kinerja yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas sehingga mereka tidak akan melakukan pembelian secara berulang atau bahkan tidak merekomendasikan pada konsumen lain, hal – hal yang buruk sehingga dampaknya akan sangat merugikan perusahaan itu sendiri. Dari hal tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian secara berulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi.

Berawal dari masalah ini maka peneliti berkeinginan untuk mengadakan penelitian tentang pengaruh fasilitas dan kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah fasilitas dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warnet Zoe Net di Surabaya ?
2. Apakah fasilitas dan pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada warnet Zoe Net di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Zoe Net di Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet pada warnet Zoe Net di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran dan perilaku konsumen. Khususnya digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan faktor – faktor yang mempengaruhi fasilitas dan pelayanan pada warnet Zoe Net konsumen dalam menilai kualitas layanan pada warnet.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen perusahaan khususnya dibidang pemasaran, selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.